

ного характера; от оценок, ориентированных только на выражение позитивного/негативного отношения к объекту оценки в донациональный период и в начале национального периода – к оценкам синкретичного типа. Параллельно с этим процессом на диахронической оси отмечается формирование особого класса оценок с усложненной семантикой и определенной позицией в структуре высказывания, наблюдающееся именно в период становления национального русского литературного языка.

Литература

Аврамова В. Концептосфера оценочности в национальной картине мира // Проблемы когнитивного и функционального описания русского и болгарского языков. Вып. 2 / Под общ. ред. Д. Митева и А. Николовой. Шумен, 2003. С. 17–31.

Михайлова О. А., Шашмурина Е. Л.
Екатеринбург, Россия

ИМИДЖ VS РЕПУТАЦИЯ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ*

В современном информационном обществе в эпоху глобальной конкуренции особую актуальность приобрели понятия *имидж* и *репутация*. Данные Национального корпуса русского языка (ruscorpora.ru) свидетельствуют об увеличении частоты употреблений соответствующих слов в XXI в. при значительном преобладании слова *имидж*.

Семантика лексем *имидж* и *репутация* включает общий компонент «сложившееся в обществе мнение (о ком-либо, чем-либо)», т. е. в ядерной части значения данных единиц присутствует оценка. В современной речи у обоих слов наблюдается расширение значения: носителем имиджа / репутации может выступать не только лицо, но и неодушевленный объект. Однако при близости денотативного содержа-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00399 А «Аксиологический потенциал современной русской метафоры».

ния *имидж* и *репутация* различаются содержанием прагматическим, также связанным с аксиологическим аспектом. Мы воспринимаем любой объект реального мира «с точки зрения его ценностного характера – добра и зла, пользы и вреда и тому подобное, и это вторичное членение, обусловленное социально, – весьма сложным образом отражено в языковых структурах» [Арутюнова 1988: 45].

Различие между *имиджем* и *репутацией* обнаруживается в коммуникативной реализации следующих валентностей: ‘объект мнения / оценивания’, ‘аспект оценки’, ‘содержание оценки’, ‘способ создания мнения’, ‘ценность’ для объекта.

С имиджем связано представление о целенаправленно создаваемом мнении: *Но невозможно успешно продвигать собственный имидж в отрыве от имиджа государства* (Труд-7 23.04.2003). Репутация же приобретается, складывается ненамеренно: *Все непонятные прежде поступки генерала, как оказалось, сформировали ему репутацию идеального европейского миротворца* (Коммерсантъ Власть 22.06.1999).

Эмоционально-оценочный компонент значения слова *имидж* имеет амбивалентный характер – может маркировать уважение или неодобрение: *Не пытаясь вас как-то обидеть или уязвить, позволю себе немного приоткрыть завесу этого образцово-показательного имиджа* (Психология на каждый день 2011); *Все они в свое время уже пытались решить проблему отрицательного имиджа милиции* (Известия 28.06.2001). Репутация в отличие от имиджа обладает дополнительным ценностным содержанием, включает имплицитный прагматический компонент, «базирующийся на некоторых всеобщих знаниях о мире и непреложных истинах» [Скляревская 1995: 67]: *боязнь потерять репутацию* (<https://staff.wikireading.ru/801>).

Прагматика слов *имидж* и *репутация* свидетельствует о частичном обновлении фрагмента русской языковой картины мира, связанного с успешными людьми, представителями креативного класса.

Литература

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М., 1988.

Скляревская Г. Н. Прагматика и лексикография // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. М., 1995. С. 63–71.

Михайлова Ю. Н.
Екатеринбург, Россия

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ МЕТАФОРА В НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ*

Научный дискурс, как долгое время было общепризнано, не приемлет средств выразительности, в том числе и метафоры, поскольку его главная функция – представление истинной, достоверной и точной информации. Ученые считали, что язык науки должен быть унифицированным, формализованным и строго консервативным: «Свет человеческого ума – это вразумительные слова, предварительно очищенные от всякой двусмысленности точными дефинициями. Рассуждение есть шаг, рост знания – путь, а благоденствие человеческого рода – цель. Метафора же и бессмысленные и двусмысленные слова, напротив, суть что-то *ignes fatui* [блуждающих огней], и рассуждать при их помощи – значит бродить среди бесчисленных нелепостей, результат же, к которому они приводят, есть разногласие и возмущение или презрение...» [Гоббс 1936: 63]. В XX в. под влиянием антропоцентрической парадигмы произошли существенные сдвиги в области метафоризации научного дискурса. Наблюдения показывают, что метафора необходима в научном рассуждении: она становится познавательным механизмом при овладении новым научным знанием, выполняя гносеологическую, а не экспрессивную функцию.

Сфера-источник метафорической проекции для научного дискурса – когнитивные конструкторы, обслуживающие повседневное человеческое существование и фиксирующие опыт взаимодействия человека с окружающим миром. Одной из важнейших сфер-источников научной метафоры выступает пространство как

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00399 А «Аксиологический потенциал современной русской метафоры».